



Skutecznie wykorzystanie mediów społecznościowych w działalności przedsiębiorstwa.

Numer usługi 2026/09/18/199303/3819866

3 570,00 PLN brutto

3 570,00 PLN netto

223,13 PLN brutto/h

223,13 PLN netto/h

233,33 PLN cena rynkowa ⓘ

THE GLOW SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,8 / 5

232 oceny

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 zdalna w czasie rzeczywistym

👥 Zajęcia grupowe

🕒 16:00 h

📅 22.10.2026 do 23.10.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Internet
Grupa docelowa usługi	Szkolenie ma charakter praktyczny i jest przeznaczone dla osób, które chcą wykorzystywać media społecznościowe do budowania marki, komunikacji z odbiorcami i wspierania sprzedaży. Program prowadzi od strategii i poznania odbiorcy, przez tworzenie treści i formatów wizualnych, aż po planowanie publikacji, zwiększanie zaangażowania, analizę wyników i optymalizację działań. Każdy blok łączy krótkie wprowadzenie z przykładami i pracą warsztatową.
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	30
Data zakończenia rekrutacji	21-10-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego tworzenia skutecznych treści oraz prowadzenia profesjonalnych działań marketingowych w social media dla przedsiębiorstwa.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: Charakteryzuje zasady komunikacji i promocji w mediach społecznościowych.	Charakteryzuje zasady komunikacji i promocji usług w mediach społecznościowych. Analizuje przykłady komunikacji marek i przedsiębiorstw w mediach społecznościowych.	Wywiad ustrukturyzowany
Umiejętności: Planuje i tworzy treści marketingowe (posty, relacje)	- Opracowuje plan publikacji i przygotowuje treści marketingowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Kompetencje społeczne: Odpowiedzialnie realizuje działania marketingowe i komunikuje się z odbiorcami.	- Wykonuje zadania zgodnie z zasadami etyki i bezpieczeństwa w sieci.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Program szkolenia

1. Strategia obecności marki w mediach społecznościowych Określenie celów obecności przedsiębiorstwa w mediach społecznościowych. Dobór kanałów komunikacji do specyfiki działalności, grupy docelowej i celów biznesowych. Określenie charakteru, stylu oraz spójnego sposobu komunikacji marki. Planowanie działań wspierających rozpoznawalność, zaangażowanie odbiorców oraz realizację celów sprzedażowych i wizerunkowych.
2. Treści, które przyciągają uwagę i budują zaangażowanie Zasady tworzenia treści dostosowanych do sposobu korzystania z mediów społecznościowych. Budowanie atrakcyjnych nagłówków i pierwszych elementów komunikatu. Wykorzystanie języka korzyści, storytellingu oraz wezwań do działania. Dobór tematów odpowiadających potrzebom i zainteresowaniom odbiorców. Tworzenie treści zachęcających do reakcji, komentarzy, udostępnień i dalszego kontaktu z marką.
3. Formaty i komunikacja wizualna: post, karuzela, Stories Charakterystyka i zastosowanie poszczególnych formatów publikacji w mediach społecznościowych. Dobór formatu do celu komunikacyjnego i rodzaju przekazywanej treści. Zasady konstruowania postów, karuzel oraz relacji Stories. Łączenie tekstu i elementów wizualnych w spójny komunikat. Dostosowanie materiałów do specyfiki platform oraz zachowań ich użytkowników.
4. Warsztat: tworzymy tygodniowy plan treści dla marki Praktyczne przygotowanie tygodniowego planu komunikacji w mediach społecznościowych. Określenie celów poszczególnych publikacji, tematów, formatów i terminów. Zachowanie odpowiednich proporcji pomiędzy treściami edukacyjnymi, wizerunkowymi, angażującymi i sprzedażowymi. Opracowanie przykładowych komunikatów i uporządkowanie ich w harmonogram publikacji.
5. Budowanie społeczności i relacji z odbiorcami Metody rozwijania społeczności skupionej wokół marki. Zasady prowadzenia dialogu z odbiorcami oraz reagowania na komentarze, wiadomości i inne formy aktywności. Budowanie zaangażowania, zaufania i długofalowych relacji. Aktywizowanie społeczności poprzez pytania, interakcje i treści angażujące. Znaczenie regularności oraz spójności komunikacji.
6. Zasięg organiczny, algorytmy i dystrybucja treści Mechanizmy wpływające na organiczną widoczność publikacji. Podstawowe zasady działania algorytmów platform społecznościowych oraz czynniki wpływające na dystrybucję treści. Znaczenie zaangażowania, jakości, regularności i dopasowania treści do odbiorców. Planowanie sposobów zwiększania organicznego dotarcia oraz ponownego wykorzystywania treści w różnych formatach i kanałach.
7. Analityka social media i optymalizacja działań Omówienie podstawowych wskaźników wykorzystywanych do oceny działań w mediach społecznościowych, m.in. zasięgu, wyświetleń, zaangażowania, aktywności odbiorców i realizacji założonych celów. Interpretacja wyników publikacji. Porównywanie skuteczności różnych formatów i tematów. Identyfikowanie działań wymagających poprawy oraz wykorzystywanie danych do optymalizacji dalszej komunikacji.
8. Warsztat końcowy: miesięczny plan komunikacji w social media Praktyczne opracowanie miesięcznego planu komunikacji marki w mediach społecznościowych. Określenie celów, grup odbiorców, głównych obszarów tematycznych, formatów i częstotliwości publikacji. Rozplanowanie treści edukacyjnych, angażujących, wizerunkowych i sprzedażowych. Przygotowanie spójnego harmonogramu możliwego do zastosowania w działalności przedsiębiorstwa.
- Walidacja efektów uczenia się Walidacja efektów uczenia się przeprowadzona przez osobę inną niż prowadzący zajęcia, z zachowaniem rozdzielności procesu kształcenia i walidacji. Weryfikacja osiągnięcia założonych efektów uczenia się zgodnie z metodami wskazanymi w karcie usługi.
- Podsumowanie szkolenia Podsumowanie zdobytej wiedzy i umiejętności, omówienie możliwości praktycznego wykorzystania przygotowanego planu komunikacji oraz zakończenie szkolenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 16

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Strategia obecności marki w mediach społecznościowych	Zajęcia	Izabela Bełz-Kaczmarek	22-10-2026	08:00	10:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 16 -	Przerwa	-	22-10-2026	10:00	10:05	00:05
3 z 16 Treści, które przyciągają uwagę i budują zaangażowanie	Zajęcia	Daniel Kaczmarek	22-10-2026	10:05	12:05	02:00
4 z 16 -	Przerwa	-	22-10-2026	12:05	12:10	00:05
5 z 16 Formaty i komunikacja wizualna: post, karuzela, Stories, Reels	Zajęcia	Izabela Bełz-Kaczmarek	22-10-2026	12:10	14:10	02:00
6 z 16 -	Przerwa	-	22-10-2026	14:10	15:00	00:50
7 z 16 Warsztat: tworzymy tygodniowy plan treści dla marki	Zajęcia	Daniel Kaczmarek	22-10-2026	15:00	16:00	01:00
8 z 16 Budowanie społeczności i relacji z odbiorcami	Zajęcia	Izabela Bełz-Kaczmarek	23-10-2026	08:00	10:00	02:00
9 z 16 -	Przerwa	-	23-10-2026	10:00	10:05	00:05
10 z 16 Zasięg organiczny, algorytmy i dystrybucja treści	Zajęcia	Daniel Kaczmarek	23-10-2026	10:05	12:05	02:00
11 z 16 -	Przerwa	-	23-10-2026	12:05	12:10	00:05
12 z 16 Analityka social media i optymalizacja działań	Zajęcia	Izabela Bełz-Kaczmarek	23-10-2026	12:10	14:10	02:00
13 z 16 -	Przerwa	-	23-10-2026	14:10	15:00	00:50

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 16 Warsztat końcowy: miesięczny plan komunikacji w social media	Zajęcia	Izabela Bełz-Kaczmarek	23-10-2026	15:00	15:30	00:30
15 z 16 -	Walidacja	-	23-10-2026	15:30	15:45	00:15
16 z 16 Podsumowanie i rozdanie dyplomów	Zajęcia	Izabela Bełz-Kaczmarek	23-10-2026	15:45	16:00	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 570,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 570,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	223,13 PLN
Koszt osobogodziny netto	223,13 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

Izabela Bełz-Kaczmarek

Izabela Bełz-Kaczmarek – wykładowczyni akademicka i trenerka z wieloletnim doświadczeniem w obszarze komunikacji wizualnej, mediów i nowych technologii. Od kilkunastu lat związana z branżą medialną, gdzie pracowała m.in. jako redaktorka, twórczyni treści i konsultantka strategii komunikacyjnych. Powadzi m.in. zajęcia z wystąpień publicznych, języka mediów oraz komunikacji wizualnej, łącząc wiedzę akademicką z praktyką branżową.

Ma doświadczenie w prowadzeniu szkoleń dla firm i organizacji, w tym warsztatów z komunikacji wizualnej, budowania wizerunku w social mediach oraz wykorzystania AI w marketingu i tworzeniu treści. W swojej pracy stawia na praktyczne umiejętności, aktualne narzędzia i przejrzyste metody, które pomagają uczestnikom szybko wdrożyć zmiany w codziennej pracy.

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



2 z 3

Daniel Kaczmarek

Daniel Kaczmarek – twórca jednych z największych polskich i międzynarodowych serwisów rozrywkowych i lifestyle'owych, m.in. Kozaczek.pl, Para Los Curiosos i Dla Ciekawskich. Projekty, które współtworzył i prowadził, zgromadziły łącznie wielomilionową społeczność i zbudowały silną pozycję w globalnym ekosystemie mediów cyfrowych.

Specjalizuje się w rozwoju marek online, a do ich wizerunku podchodzi holistycznie – łączy strategię, estetykę, analitykę i narzędzia marketingowe w spójny system. Jest analityczny i z powodzeniem bada wzajemne wpływy różnych obszarów obecności marki w sieci: od treści i SEO, przez social media, po działania płatne i dane użytkowników. Jego wiedza obejmuje praktyczne wykorzystanie narzędzi reklamowych Meta i Google, dzięki czemu potrafi precyzyjnie skalować projekty i optymalizować ich wyniki.

W szkoleniach bazuje na realnych case studies i wieloletniej praktyce w prowadzeniu dużych, międzynarodowych projektów, dzięki czemu uczestnicy dostają konkretne, sprawdzone rozwiązania. Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



3 z 3

Mikołaj Sikora

Mikołaj Sikora – trener i specjalista w zakresie marketingu internetowego, mediów społecznościowych oraz wykorzystania narzędzi cyfrowych i sztucznej inteligencji w komunikacji marketingowej. Posiada doświadczenie w pracy z przedsiębiorstwami w obszarze budowania wizerunku marki w internecie, tworzenia strategii komunikacji oraz rozwijania obecności firm w mediach społecznościowych.

Na co dzień zajmuje się planowaniem i realizacją działań marketingowych w internecie, tworzeniem treści do social mediów, analizą skuteczności kampanii marketingowych oraz wdrażaniem narzędzi wspierających promocję i sprzedaż w środowisku online. W swojej pracy wykorzystuje aktualne rozwiązania technologiczne, w tym narzędzia oparte na sztucznej inteligencji, które usprawniają proces tworzenia treści oraz komunikacji marketingowej.

Prowadzi szkolenia oraz warsztaty z zakresu marketingu w mediach społecznościowych, tworzenia treści marketingowych, budowania wizerunku marki w internecie oraz wykorzystywania nowoczesnych narzędzi cyfrowych w promocji działalności gospodarczej. Podczas zajęć koncentruje się na praktycznych aspektach wykorzystania omawianych narzędzi i metod, tak aby uczestnicy mogli wdrożyć zdobytą wiedzę w swojej codziennej pracy.

Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet materiałów dydaktycznych przygotowanych specjalnie dla branży fryzjerskiej, w tym:

- prezentację szkoleniową w formacie PDF,
- zestaw arkuszy i ćwiczeń praktycznych,
- checklisty i wzory do samodzielnego wykorzystania w pracy,
- przykładowe treści, schematy komunikacji i gotowe szablony do edycji,
- listę rekomendowanych narzędzi i aplikacji wykorzystywanych podczas szkolenia,
- dostęp do materiałów dodatkowych oraz nagrania (jeśli dotyczy szkolenia online).

Materiały udostępniane są uczestnikom w formie elektronicznej.

Warunki uczestnictwa

Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem szkolenia może być osoba zainteresowana rozwojem kompetencji z zakresu marketingu, w szczególności działań w mediach społecznościowych oraz wykorzystania nowoczesnych narzędzi cyfrowych i narzędzi sztucznej inteligencji w codziennej pracy w przedsiębiorstwie.

Wymagana jest podstawowa umiejętność obsługi komputera lub smartfona oraz dostęp do Internetu.

Udział w szkoleniu nie wymaga posiadania wcześniejszych kwalifikacji ani doświadczenia zawodowego w obszarze marketingu.

Informacje dodatkowe

Szkolenie ma charakter praktyczny i obejmuje ćwiczenia, analizy oraz pracę warsztatową opartą na przykładach zastosowań w działalności przedsiębiorstw.

Po zakończeniu szkolenia uczestnik otrzymuje imienne zaświadczenie potwierdzające udział w szkoleniu oraz nabyte kompetencje.

W przypadku realizacji szkolenia w formule online, link do spotkania zostanie przesłany uczestnikom drogą elektroniczną przed rozpoczęciem zajęć.

Szkolenie realizowane jest z wykorzystaniem platformy MS Teams. Dane dostępne zostaną udostępnione uczestnikom najpóźniej na 1 dzień przed planowanym terminem szkolenia.

Warunki techniczne

- stabilne łącze internetowe,
- komputer, laptop lub tablet z kamerą i mikrofonem,
- aktualna przeglądarka internetowa,
- możliwość korzystania z aplikacji szkoleniowych (np. Canva, ChatGPT, Meta Business Suite),
- dostęp do poczty e-mail w celu odbioru materiałów.

Kontakt



Zuzanna Nogaj

E-mail tnogaj@icloud.com

Telefon (+48) 882 713 548